

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis syariah di Indonesia sedang menjadi tren dikalangan para pebisnis. Dengan melihat potensi mayoritas masyarakat di Indonesia adalah pemeluk agama Islam, hal ini menjadikan peluang bagi perkembangan bisnis syariah. Tingginya tingkat permintaan konsumen muslim di Indonesia terhadap produk maupun jasa yang jelas akadnya dan kehalalannya. Bisnis syariah di Indonesia yang telah dan mulai berkembang antara lain lembaga-lembaga keuangan syariah, asuransi syariah, reksadana syariah, bisnis jasa syariah seperti hotel syariah, pantai syariah, Gojek syariah, kuliner syariah, pariwisata syariah, obat-obatan hingga *fashion*.

Bisnis Islam dapat dilakukan asalkan ketentuan syariatnya diterapkan dalam berbisnis, sebagaimana firman Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nisa 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Ayat di atas menjelaskan tentang ketentuan berdagang (berbisnis) yang harus dilakukan secara suka sama suka, tidak boleh dengan cara yang batil termasuk

mengintimidasi, eksploitasi dan pemaksaan. Salah satu kondisi yang harus dihilangkan dalam menciptakan untuk saling ridha adalah terbebasnya transaksi jual beli dari proses penipuan.

Konsumen sebagai pengguna bisnis syariah, pelaku bisnis syariah juga banyak yang telah menyadari bahwa bisnis yang dijalankan dengan sistem syariah akan lebih maju, lebih berkembang dan membawa keberkahan bagi banyak pihak. Tidak hanya terfokus pada keuntungan saja namun bisnis syariah dijalankan karena niat ibadah dan mendapat ridho dari Allah SWT. Bisnis yang dijalankan dengan sistem syariah akan terasa aman, nyaman, terjamin, selain itu memiliki kualitas dalam memberikan layanan kepada masyarakat muslim (Kurniawan, 2019).

Perkembangan bisnis Islam besar juga dibarengi dengan perkembangan teknologi salah satu contohnya yaitu internet. Salah satu negara dengan pengguna internet adalah Indonesia. Berdasarkan laporan terbaru *We Are Social*, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya (Agus Tri Haryanto, 2020).

Internet merupakan salah satu contoh kemajuan teknologi yang dapat digunakan sebagai media transaksi jual beli. Jual beli *online* atau *E-commerce* merupakan transaksi jual beli yang dilakukan menggunakan internet. Jual beli *online* atau *E-commerce* ini dianggap praktis, cepat, dan mudah. Kesempatan ini merupakan kesempatan yang terbuka bagi calon pembeli untuk membandingkan banyaknya produk secara mudah dan cepat tanpa harus mondar-mandir dari satu

toko ke toko lain secara langsung. Satu toko *online* saja mampu menyediakan variasi produk yang sangat beragam. Beberapa produk yang mungkin cukup sulit ditemui di pusat perbelanjaan tradisional menjadi mudah ditemukan secara *online*. Hal ini dapat meminimalisir pengeluaran dan memaksimalkan dalam meraih keuntungan. Perubahan dari pola bisnis inilah yang telah memperbesar peluang sehingga ada semakin banyak orang yang berniat dan menjalankan bisnis secara *online*. Perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *financial technology* (fintech) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *financial technology* (fintech) dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk di bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran (Indonesia, 2016). *Financial technology* (fintech) merupakan salah satu metode layanan jasa keuangan yang mulai populer di era digital sekarang ini. Sistem pembayaran berbasis teknologi menjadi salah satu sektor dalam industri fintech yang paling berkembang di Indonesia. Sektor inilah yang kemudian paling diharapkan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendorong peningkatan jumlah masyarakat yang memiliki akses kepada layanan keuangan (Sukma, 2016).

Layanan jasa keuangan dalam industri fintech ditandai dengan munculnya alat pembayaran baru yang biasa disebut dengan *Payment Gateway*.

Payment gateway adalah salah satu cara untuk memproses transaksi elektronik yang mengambil keuntungan dari internet untuk mengirim dan menerima informasi, aplikasi ini yang dirancang secara khusus untuk memfasilitasi transaksi pembelian. (Damanik, 2012). *Payment gateway* tidak hanya mempermudah cara berbelanja saja, tetapi juga dalam cara membayarnya.

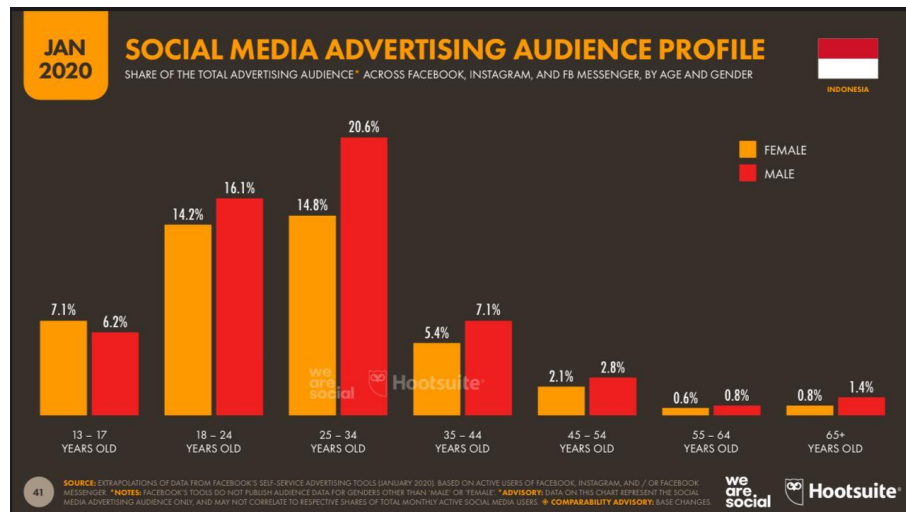
Era Revolusi Industri 4.0 sangat menyuguhkan suatu kemudahan untuk bertransaksi, rata-rata semua bisnis *online* maupun *offline* sudah menggunakan *payment gateway*. *Payment Gateway* yang paling sering dijumpai yaitu OVO dan GoPay. OVO merupakan salah satu *platform* yang digunakan untuk transaksi pembayaran, dengan metode pembayaran elektronik secara digital yang di dalamnya terdapat saldo OVO *cash*, sehingga aplikasi OVO dinilai dapat memudahkan proses pembayaran yang mempersingkat waktu penggunaannya, dengan aplikasi OVO pengguna tidak perlu membawa uang *cash* pada saat transaksi pembayaran karena menggunakan saldo yang ada di dalam aplikasi tersebut sehingga akan terpotong otomatis sesuai jumlah yang harus dibayar. Selain OVO transaksi pembayaran *online* yang menggunakan *smartphone* adalah GOPAY.

GoPay merupakan metode pembayaran *mobile payment* yang disediakan oleh perusahaan GO-JEK untuk mempermudah proses transaksi bagi pengguna. PT. GO-JEK Indonesia merupakan perusahaan penyedia aplikasi *mobile* yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, layanan pembayaran, dan layanan lainnya (Indra & Rofiqoh, 2019). GoPay merupakan layanan dompet elektronik untuk mempermudah transaksi pembayaran secara *online* pada aplikasi Go-Jek. Dengan kata lain, Go-Jek merupakan

perusahaan yang mendukung *financial technology* dengan menjadi salah satu pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran secara *mobile*.

Kemajuan teknologi pada era revolusi 4.0 ini sudah memudahkan masyarakatnya untuk memenuhi kebutuhan, tentunya hal ini dibarengi dengan lahirnya generasi internet atau sering disebut juga generasi Z. Generasi Z merupakan sekelompok individu yang lahir pada tahun 1995 sampai 2012 (Schroer, 2018). Jika dilihat dari penerapan pada generasi Z yang memiliki karakteristik menurut Research (2011) adalah generasi pertama yang sebenarnya generasi internet. Jika generasi sebelumnya yaitu Y masih mengalami transisi teknologi hingga menuju internet, maka generasi Z lahir saat teknologi tersebut sudah tersedia. Hal itulah yang membuat generasi ini memiliki karakter yang menggemari teknologi, fleksibel, lebih cerdas, dan toleran pada perbedaan budaya.

Generasi Z memiliki karakteristik: (1) sosial yang mana sangat *intens* berinteraksi melalui media sosial; (2) fasih teknologi; (3) ekspresif yaitu cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan; dan (4) cepat berpindah dari satu pemikiran/pekerjaan ke pemikiran/pekerjaan lain (Wibawanto, 2016).



Sumber : Hootsuite (We are Social) Indonesian Digital Report 2020

Gambar 1. 1

Grafik Pengguna Internet berdasarkan umur tahun 2018

Gambar 1.1 di atas menjelaskan bahwa pengguna internet berdasarkan umur pada tahun 2020 dilihat dari karakteristik yang disebutkan generasi Z sangat fasih teknologi contohnya internet, sebanyak 272,1 juta masyarakat Indonesia yang telah menggunakan internet sebanyak 175,4 juta. Pada 2020, pengguna internet terbesar berasal dari umur 18 hingga 34 tahun. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengguna internet terbanyak adalah Generasi Z yang dikombinasi dengan generasi Y.

Banyaknya berbagai iklan produk, barang, dan jasa yang ditawarkan melalui berbagai *platform* media, ajakan untuk berbelanja menggema sejak orang bangun tidur, beraktivitas, hingga saat kembali ke rumah. Tidak heran, generasi tersebut menjadi konsumtif. Generasi milenial lebih konsumtif dalam arti lebih senang menghabiskan uang untuk membeli suatu produk atau menggunakan jasa yang telah disediakan.

Menurut Widiyanto & Prasilowati (2015) menjelaskan bahwa semakin mudah dan banyaknya fasilitas internet, belanja *online* menjadi tren baru yang terasa lebih sederhana, efisien, dan cepat tanpa ditemui hambatan yang berarti. Konsumen akan merasa lebih hemat dan efektif dalam melakukan pembelian dengan adanya toko *online*. Belanja *online* pada akhirnya menjadi salah satu gaya hidup di Indonesia. Generasi Z merupakan salah satu generasi yang ikut terlibat dalam meningkatnya penggunaan internet di Indonesia. Generasi Z khususnya mahasiswa berada pada masa pencarian jati diri akan mudah terpengaruh oleh kelompok bermain dan kelompok acuannya ketika melakukan pembelian.

Indonesia untuk transaksi pembelian *online* sangat diminati oleh generasi Z, salah satu alasannya adalah banyaknya bisnis *online* yang menawarkan pembayaran dari produk dan jasa yang diberikan melalui transaksi pembayaran *online*. Tentunya hal ini semakin memudahkan ketika berbelanja *online* yang mempengaruhi generasi Z untuk lebih menjadi konsumtif.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang **“Tinjauan Bisnis Islam pada perilaku gen Z dalam Penggunaan *Payment Gateway* (Studi Kasus Mahasiswa Pengguna OVO dan GoPay pada Universitas di Surabaya)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana perilaku mahasiswa dalam penggunaan *payment gateway* di OVO dan GoPay pada universitas di Surabaya?

2. Bagaimana tinjauan bisnis Islam pada perilaku generasi Z pada penggunaan *payment gateway* OVO dan GoPay di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis perilaku mahasiswa dalam penggunaan *payment gateway* OVO dan GoPay universitas di Surabaya.
2. Mengkaji tinjauan bisnis Islam pada perilaku generasi Z pengguna *payment gateway* OVO dan GoPay di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi Peneliti
Hasil yang diperoleh oleh peneliti yakni dapat mengetahui tinjauan bisnis Islam pada perilaku gen Z dalam penggunaan *payment gateway* studi kasus mahasiswa penggunaan OVO dan GoPay pada Universitas di Surabaya.
2. Bagi Peneliti Lain
Hasil yang diperoleh oleh peneliti lain yakni diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi sumber referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.
3. Bagi STIE Perbanas
Hasil yang diperoleh bagi STIE Perbanas yakni dapat menjadikan sumber referensi bagi mahasiswa lain terkait dengan Perilaku Gen Z dalam penggunaan *payment gateway* (OVO dan GoPay).

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara jelas tentang apa yang menjadi isi dari penulisan ini maka dikemukakan susunan dan rangkaian masing-masing bab, sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang yang menjadi alasan pemilihan judul, identifikasi masalah, tujuan melakukan penelitian, manfaat dari penelitian yang akan dilakukan, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas teori-teori umum dan teori-teori khusus yang merupakan pendapat para ahli teori tersebut dapat digunakan memberikan pemahaman yang jelas dan analisa yang lebih mendalam pada penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, daftar pertanyaan, informan, teknik analisis serta triangulasi data.

BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini diuraikan mengenai gambaran umum dari unit penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan dari hasil pengujian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan, yang berisi jawaban dari permasalahan yang diperoleh peneliti dari hasil penelitian, dan saran yang juga ditujukan kepada pihak-pihak yang terkait dengan hasil penelitian.

